

「呢 like」港青創社交網廣告 聚 500 網絡紅人

神秘 Formula 揮低 4A 公司



王嘉裕(Felix) 張偉民 攝



互聯網覆傳統經商方式，能否生出「金蛋」則考驗智慧。本報去年曾報道的港青王嘉裕(Felix)靠架設網站賣雜貨賺得人生第一桶金，不知不覺間，Felix旗下的網購平台已累積到47個，單是自動找上門的訂單，每月就有逾百萬元。主意多多的Felix今年又有新搞作，就是成立IT廣告公司「5Unit」，搜羅facebook、Instagram、YouTube「紅人」賣廣告，品牌商1蚊成本帶回10蚊銷售，「紅人」視乎發放予追隨者的Post(貼文)賺取500至4,000元不等，真正「呢 like」呢出商機。 ■香港文匯報記者 張易



冀 5 年後港上市

「做人如果無夢想，同條鹹魚有咩分別？」Felix位於英皇集團中心的辦公室內，牆上就掛了四張海報，分別是美國科網巨頭Apple、Google、facebook，以及自己47個項目的成長歷程。Felix說，Google由創立至上市用了6年，十年後市值由230億元增至3,970億美元。對比自己盤生意，2014年毛利達到620萬港元，他並盼望五年後，即2019年能夠在港交所上市。



辦公室牆上掛有科網巨頭海報(上圖)以及Felix旗下47個項目的Logo。

社交網站一個「like」值幾多，在「5Unit」網站有跡可循。本報隨機選取3名「Unit」(5Unit將網絡紅人稱為Unit)測試，根據網站估算，由上述三人發佈廣告，預期14.17萬追隨者看到，獲得4.25萬個「like」，廣告預算約8.25萬元。記者再揀選另外5名人氣稍遜「Unit」，預期「like」和追隨者分別為2,873個及9,575人，廣告預算大減至4,200元(見表)。

以「like」及追隨者收費

「5Unit」去年8月成立，旗下現有逾500名網絡紅人，廣告客戶包括許留山、G2000、香港足球總會(HKFA)等知名企業。Felix與同事的工作與普通廣告公司無異：找「紅人」影廣告相，寫文案，設計宣傳單，唯一不同是，廣告僅在社交網站發佈。Felix透露，資生堂找50位「紅人」作宣傳，一般廣告公司索價至少100萬元，「5Unit」只收取十餘萬元。

他解釋，4A廣告公司接到項目後，會將文案、攝影等部分程序外判，而「5Unit」一條龍完成所有流程，節省大量中間成本。至於如何吸引網絡「紅人」主動簽約，又或者公司如何壓低成本，他笑言有一條神秘Formula(公式)，是商業機密，只透露旗下「紅人」是香港最多，對手最多只有50人。

賣手機SIM卡起家的Felix，業務版圖在三年裡急速擴張，從宴會氣球、結婚用品賣到行李箱，最近又涉足水貨名牌手巾。他不諱言，創立「5Unit」，最初是為替旗下零零散散的生意「造勢」，而香港並無專做社交網站的廣告公司，於是就想不如自己來做。

「為了讓年輕人對我的產品有印象，我想過所

一個Post值幾多錢？

擁有的追隨者	5,000	10,000	50,000	100,000
1個Post平均賺取	\$500	\$800	\$2,000	\$4,000
每月(假設)20 Posts	\$10,000	\$16,000	\$40,000	\$80,000
每月(假設)40 Posts	\$20,000	\$32,000	\$80,000	\$160,000

有可能的辦法，最後想到找網絡紅人宣傳。試過請模特兒幫我宣傳手機SIM卡，我贊助她旅程費用，她答應了，但條件要半年後才去，嘩，比我開一間新公司還長。與其這樣，不如我自己創立公司找500個模特兒來做。」

歎王維基冤使3000萬

他說，「5Unit」解決了傳統廣告公司三個問題，收費貴，難量度投資回報率(ROI)，以及ROI確實不高。他提到早前豪擲3,000萬在港鐵造勢的香港電視(1137)，「王維基搞地鐵廣告花了3,000多萬，我們只要30多萬就能reach(接觸)到同樣數量受眾，而且有實質數字show返。花3萬蚊請紅人宣傳，可以帶回30萬蚊銷售。」

「3萬蚊其實等於傳統報章頭條一日的價錢，用這筆錢在社交網站投放廣告，可以多個爆紅機會，很多公司都願試一試。有些品牌商甚至說，你有多少紅人就給我多少，每個我都要。」

去年8月1日成立的「5Unit」，目前已有10餘個廣告客戶，累計交易額近110萬元，無論毛利率抑或純利皆遠拋其他生意。Felix的目標是每月交易額達到200萬元，之後聘請專業IT團隊營運「5Unit」，自己騰出時間繼續探索網絡市場。

「like」亦有價

選取Unit人數(高人氣):3人

預期like數:約42,510次

社交網站追隨者人數:約14.17萬人

社交平台發佈次數:約1,275,300次

合共費用:82,400元

選取Unit人數(人氣稍遜):5人

預期like數:約2,873次

社交網站追隨者人數:約9,575人

社交平台發佈次數:約86,175次

合共費用:4,200元

有夢就追 不言放棄

「5Unit」旗下約500名網絡紅人，當中不乏又pure又true的青春靚女。問及老闆Felix最心儀哪位？他毫不避諱點出名叫Michelle的模特兒。Michelle穿上香港足球總協衫動感十足，一句「香港足球要繼續努力加油啊！Support!!」收穫135個「like」，笑容甜美的女仔真係無得輸。

Felix坦言，中學時為學業而放棄踢足球十分後悔，故得知有機會與香港足球總協合作便立即答應。除為了圓兒時夢想外，當年的遺憾亦令他明白，有夢想一定要堅持。回看兩年創業路，對於能夠堅持下來感到十分幸運。



「5Unit」網站旗下網絡紅人Michelle Fan。

有創意更要飲頭啖湯

經驗之談

其實在創立「5Unit」前，Felix就已摸索到一條只賺不賠的生意公式，那就是設立一個網購網站，爬上搜尋結果靠前排位置，之後即使什麼都不做，每個網站每月也有十幾萬元穩定交易。這種模式看似簡單，背後卻需源源不斷提供創意，「今日香港只有你賣氣球組合，明日可能問問都有賣」。

港人鍾意抄 最後個個做頂爛市

說的是成立一年多的氣球網購平台「BALLOON.PLACE」，Felix一次接受本報專訪時，「BALLOON.PLACE」剛剛起步，為不同宴會設計氣球組合，價格平民化兼有創意，就連自己賣氣球的港視主席王維基也來幫襯(見2015年4月13日B3版報道)。

時隔一年，Felix坦言散客生意愈來愈難做。「香港人鍾意抄，兩三個月之後問問都開始賣氣球組合。」同樣陷入困局的還有外遊上網卡網購平台「SIMREVO」，隨着競爭者加入，市場掀起減價戰，毛利率愈來愈低。

先做散客改善產品 增拓企業勝算

Felix改變策略進攻企業客戶，「我增聘銷售人員打cold call向大公司推銷產品，你們(對手)還在做散客生意的時候，我已開始開發第一輪企業客戶。散客對價格很敏感，企業就不在乎你價錢，只要你有好的服務。」

不過，今後有新想法或建立新品牌，依然會從散客做起，一方面試探市場反應改善產品，另一方面有散客的交易額基礎較容易說服企業購買，「做企業客的壞處是，做決策時間長，通常一等就三個月，對於一間初創公司而言，時間太久了」。

「債券通」可成港金融市場新機遇 (二之一)

中銀國際金融產品部定息收益研究主管 王衛

2014年11月17日正式開啓的「滬港通」既是中國資本市場發展的里程碑，也是中國資本市場對外開放進程的新飛躍。在「滬港通」概念推動下，2015年內地與香港基金互認開通運行，中歐國際交易所掛牌交易。預期今年還有可能將「滬港通」概念和平台延伸至更多產品、更為廣泛的市場。

跨境投資通道繼續擴闊

這些已經或將要開啓的跨境投資新通道目前針對的主要是股票市場，相信政府和市場未來其他證券市場及產品進一步加大關注力度。

實際上，過去一兩年來，特區政府與香港聯交所曾

討論過在內地和香港之間實現固定收益和外匯產品方面更為廣泛的資本互通。我們在「滬港通」正式啓動後，在第一時間撰文提出「債券通」的概念(見中銀國際在2014年11月21日發表的《可否將「滬港通」擴展到包括債券通?》研究報告)，作為未來拓展「滬港通」概念和平台的領域之一。

雖然內地和香港的股市近年來起伏波動，但債券市場一直保持持續高速發展的勢頭。2015年，中國境內債券年發行總量增長高達53%，已連續四年雙位數增長。中資企業在境外發行美元債券規模已佔整個除日本外的亞洲美元債券市場的發行量一半多。

目前境內外的投資者跨境參與對方債券市場的渠道

仍較為有限，主要是通過向外的QDII/RQDII和向內的QFII/RQFII計劃進行。此外，還有從2010年開始試行的三類境外機構在限額下參與境內銀行間市場的計劃，以及2015年對國際金融組織、境外央行及主權財富基金開放境內債券市場的計劃。如果將「滬港通」的概念拓展至債券市場，將為境內外債券投資者打開一個全新的、覆蓋廣泛的雙向跨境投資通道。

「債券通」具投資者基礎

今年年初，中國開放個人參與銀行間市場是中國金融改革的又一舉措，以及剛公佈的境外機構投資境內銀行間市場將不再設額度限制，均為未來開啓「債券

通」打下更為廣泛的投資者基礎。對香港金融市場來說，大力發展債券市場一直是進一步發展香港資本市場的多元性、完善其資本市場的層次結構、鞏固香港的全球金融中心地位和提升其對內地經濟發展的金融橋樑作用的一大願望。縱觀世界，對一個能持續發展的金融中心而言，股票、債券和外匯是資本市場有效營運和發展的三大鼎足。它們之間的平衡發展是一個資本市場可持續性成長的要素之一。近年來內地債券市場的迅速發展在一定意義上彌補了股票市場的波動，債券融資已成為多數企業獲取資金的一個主要且便捷的途徑。

(以上資料只供參考，並不構成任何投資建議)